

多元主体共建下的影视美育耦合文化进景区的研究

张捧 李珂馨

河北传媒学院, 河北石家庄, 050000;

摘要: 多元主体共建是推动文化进景区的重要模式, 通过多方合作、资源共享, 实现文化和旅游的融合发展和共赢。而文化进景区依托于文旅产业平台, 成为其提升景区的文化内涵和旅游品质, 满足游客的多元化需求, 推动文化和旅游融合发展的必要措施。影视美育作为构建文化单位的重要渠道, 能够在跨学科交流的文化视域中, 与文学、艺术、历史、社会学等学科相融合, 帮助人们更全面地理解影视作品的文化背景、艺术特点和社会意义。文化进景区与影视美育的结合, 有助于拓宽学生的文化视野, 增强对文化多样性的理解和尊重。文章从影视美育与文化进景区耦合的理论基础出发, 分析影视美育与文化进景区的耦合现状与问题, 并对影视美育耦合文化进景区的发展献谋献策。

关键词: 影视美育; 文化进景区; 耦合

DOI:10.69979/3029-2735.24.6.041

旅游建设中的参与单位涉及文化单位和旅游单位。而文化单位和旅游单位又是丰富多元的, 比如作为文化单位的演艺机构、高等院校、餐饮企业、文创机构、非遗企业等, 旅游单位有旅游景区、旅游度假区、休闲街区、乡村旅游重点村等。它们可以从不同的角度和层面来展示和传播当地的文化底蕴, 也可以从不同的方面和程度来参与和推动当地的文化进景区建设。影视美育是文化单位构建主体中融合性与表现手段较强的渠道, 不论演艺机构或是非遗企业皆能以影像的方式呈现, 融入旅游景区和休闲街区等旅游单位, 以此提升受众的人文素养。

1 影视美育耦合文化进景区的理论基础

影视美育与文化进景区的耦合, 不仅仅是单方面的融合, 而是一个双向互动、彼此促成的关系。在这一过程中, 影视美育的创造性和文化进景区的市场性相辅相成, 形成了一个相互促进的动态平衡。影视作品中的文化背景和旅游发展的文化传播在市场竞争中找到融合点, 通过以文化旅游为创作背景, 激发影视作品的创作灵感。景区提供的实景体验和文化资源, 为影视美育的内容创作提供了丰富的素材和现实基础。

1.1 影视美育的理论基础

影视美育的服务对象是人, 因此要将人的感受、思想和创作能力作为教育的核心目标, 由浅层的影视作品的鉴赏到影视文化的认知和传播, 再到更深层次的受众能够运用自己的想象力和创造力, 表达自己的思想和情感, 创造自己的艺术作品完成对文化资源的反哺。

影视美育的作品涵盖内容具有广泛性, 因其本身就涉及美学、教育、艺术等多学科的交汇融合, 这也要求

影视作品的欣赏和鉴赏既包含影视文化的认识和传播, 最重要的是还要关注影视作品的创作和表达。

1.2 文化进景区融合的重要性

文化进景区融合是一种传统文化与现代旅游的融合。将传统文化的要害融入旅游的活动方式中, 达到以文促旅的发展要求, 同时在旅游活动开展的过程中体验到了传统文化的魅力所在, 完成了以旅彰文、传承和保护文化的目的。文化和旅游的融合是一场美育和经济发展的双行线。不仅让游客感受到传统文化的魅力和历史底蕴, 同时也提供了现代化的旅游服务和体验, 满足了人们对文化、休闲和娱乐的多样化需求。文化进景区融合的成功, 既促进了文化遗产的保护和利用, 又推动了旅游业的经济的发展, 为文化与旅游的融合发展开辟了新的道路。

文化进景区融合是一种互补的产业价值创新。文化和旅游优势互补, 在融合过程中通过功能重组和价值创新, 形成涵盖文化进景区核心价值的新价值链, 产生“1+1>2”的产业叠加效应, 形成以文化丰富旅游内涵、提升旅游层次、增强旅游魅力, 以旅游传承交流文化、带动文化产业、促进文化繁荣的良好格局。^[1]

1.3 影视美育与文化进景区的耦合关系

耦合性通常指不同系统或者组件之间的相互影响和关联。影视美育和文化进景区之间的耦合关系就是指这两者之间的相互作用和相互影响。受众从影视作品中获得审美感受、审美认知, 激发他的创作思维。将这种美育创作应用于文旅情境中促进文化传播和交流, 进而实现旅游消费。

影视美育与文化进景区的耦合关系有以下几个特点:

1.3.1 双向反哺关系

影视美育和文化进景区的耦合,是一个双向共进,彼此促成的关系。将影视美育的创造性以市场标尺衡量,它与文化进景区存在竞争关系。影视作品以文化旅游为创作背景,能够激发影视作品的创新创作。反之影视传播又能为文旅带来消费升级。影视美育和文旅在市场化发展中迎来了双向的反哺。

1.3.2 内容与体验关系

影视作品的再创作是受众在进行审美教育的基础上,以故事、文化元素、人物、情感等进行的二度创作,它提供了内容的输出,是传播文化的纽带。旅游地的实景为影视作品中的故事和情境提供了体验场所,满足了人们的审美需求和旅游需求,提升了人们的文化素养和旅游品质。

总而言之,影视美育与文化进景区的耦合可以实现资源的优化配置,有利于促进文化和旅游的发展关系,还可以提升品牌传播,实现文化的传承和创新、旅游的多样化和个性化,为社会和经济的发展作出贡献。

2 影视美育耦合文化进景区的现状与问题

2.1 影视美育耦合文化进景区的现状

2.1.1 影视美育对文化进景区的促进作用

影视美育提升了城市的文化传播力,推动了文化进景区的发展。以城市为主角的影视作品深入挖掘其文化精髓,讲述中国故事,增强文化自信。这些作品不仅是城市的宣传片,也是有效的促销工具,经典影视作品在旅游目的地的长期展示增强了吸引力。^[2]影视美育激发了游客与景区的情感联系,丰富了文化体验,通过展示各地风土人情、历史故事与艺术风格,增进了对多元文化的认知,激发了探索兴趣。此外,影视美育促进了文化与旅游产业的互动,创造了新产业形态的机会。

2.1.2 文化进景区对影视美育的支撑作用

文化进景区为影视美育创作提供丰富素材和灵感,将自然景观、人文景点和民俗融入影视作品,展现多元文化的魅力,拓展了创作空间。同时,影视基地逐渐成为旅游景区,为创作提供了高效的拍摄场地和专业设备,促进了实践教学。文化进景区还通过新兴媒介,如短视频和社交平台,将影视作品与城市形象、旅游产品相结合,形成强大的传播效应,扩大了影视美育的受众群体和评价机制。

2.2 影视美育耦合文化进景区的问题

2.2.1 发展目标的一致性

影视美育旨在培养人们的审美能力、情感素养、创造力和人文精神,通过欣赏和创作影视作品实现人的全面发展。文化进景区以文化为核心,以旅游为载体,旨在实现文化和旅游的共创和共享。虽然两者都以人为本,以文化为导向、以创新为动力,但在具体实施过程中,可能会出现目标偏离、原则冲突、利益分配等问题,需要协调和平衡。

2.2.2 内容和形式的多样性

影视美育涉及影视作品的欣赏和鉴赏、影视文化的认识和传播,以及影视作品的创作和表达。文化进景区则涉及影视作品与城市形象、旅游产品、文化场所等的结合。两者在内容和形式上有交集也有差异。如何充分发挥两者的优势,丰富和创新内容和形式,提高吸引力和感染力,是一个需要探索和实践的问题。

2.3 动力和机制的完善性

影视美育与文化进景区的动力是指推动两者资源、要素、产品、市场等方面的相互渗透、交叉重组,形成新的产业模式和业态的内在推动力。机制则是指保障和促进两者深度融合发展的体制、政策、资金、评价等外部安排。目前,在两者的耦合过程中,在动力和机制上都存在一些挑战,如产业规范不足、政策支持不足、资金投入不足、评价体系不健全等,需要加强顶层设计和制度建设。

3 影视美育耦合文化进景区的策略与建议

3.1 加强影视美育与文化进景区之间的交流与合作

3.1.1 建立影视美育与文化进景区的协调机制和平台

影视美育与文化进景区的协调机制和平台旨在为双方提供有利的制度环境和资源条件,涵盖政策、资金、资源、市场等多个方面。这些机制的建立有助于促进影视美育与文化进景区之间的互动、共生和创新发展。在政策方面,可以制定和完善相关法律法规、行业标准和政策指导,以规范影视创作的行为和质量,明确双方的目标和原则,保障各自的合法权益。通过制定发展规划,明确总体目标、重点领域、主要任务和支持措施,双方能够有效地协调和合作。在资金方面,增加对影视美育与文化进景区项目和企业的财政支持和税收优惠,例如设立专项基金或奖励机制,鼓励社会资本投入,降低成本和风险,提高效益和回报。这种财政支持有助于推动优秀影视作品、影视基地和教育机构的发展。

建立“全国影视美育与文旅资源数据库”,收集各地优质资源信息,整合并优化各地的自然风光、人文景观、历史故事和民俗风情等资源,打造具有地方特色和

民族风情的影视作品和文旅产品,丰富影视美育与文化进景区的内容和形式,为两者提供丰富的素材。还要加强对影视美育与文化进景区产品和服务的宣传推广和品牌建设,建立“全国影视美育与文旅网络平台”,利用各种新兴媒介手段,如短视频、直播和社交平台等,将影视作品与城市形象、旅游产品相结合,提供在线观看、预订和评价等功能,为用户提供便捷高效的服务,产生强大的传播效应,拓展两者的社会影响和市场需求。

3.1.2 推动影视美育与文化进景区的项目对接和资源共享

对于建立“全国影视美育与文旅资源数据库”的设想,是基于影像资料共享库的理念,指的是利用信息技术,将分散的影像资料进行整合、管理和共享,实现影像资料的高效利用和价值发挥。共建影像资料库,影视美育与文化进景区的双方应该共同参与影像资料库的建设,完成影像资料的收集、整理、存储、管理等工作,实现影像资料的资源整合和优化配置。同时影视美育与文化进景区的双方应该共同享用影像资料库的服务,诸如影像资料的查询、检索、下载、上传等功能,实现影像资料的信息交流和知识传播。另外影视美育与文化进景区的双方应该共同创新影像资料库的内容,共创影像资料的加工、改造、创作、展示等活动,实现影像资料的价值提升和艺术表达。

利用影像资料作为传播媒介,通过多种渠道和形式,向公众展示文化和旅游的魅力,激发公众的兴趣和参与,促进文化和旅游的融合发展,从而构建影像化传播机制,推动影视美育与文化进景区的项目对接。

3.2 强化影视美育对中小学以及高校的服务水平

一是建立影视美育的课程体系,将影视美育纳入学校的必修或选修课程,设置合理的课时和教学目标,制定相应的教学大纲和教学内容,选择适合不同年龄段和认知水平的影视作品,培养学生的影视鉴赏能力和批判性思维能力。

二是利用影视美育的平台资源,建立学校的影视教育基地或影视俱乐部,为学生提供观看、讨论、创作影视作品的场所和设备,组织学生参与影视节、影视展、影视竞赛等活动,拓展学生的影视教育渠道和机会,增强学生的影视教育参与度和主动性。

三是发挥影视美育的跨学科作用,将影视美育与语文、历史、地理、音乐、美术等学科相结合,利用影视作品展示不同的文化、历史、地域、艺术等内容,激发学生的学习兴趣 and 探究精神,促进学生的综合素质和多元能力的发展。

四是强化影视美育的实践导向,鼓励学生在观看影视作品的基础上,进行影视作品的分析、评价、创作等

实践活动,培养学生的影视表达能力和创造力,同时也让学生了解影视制作的基本流程和技术,提高学生的影视素养和技能。

3.3 培养影视美育与文化进景区的人才队伍和专业团队

首先应该加强影视美育与文化进景区的教育培训,对影视创作人才进行文化品格和市场管理的多维人才培养体系,使之具备优质的影视文化作品创作能力和市场洞察能力。同时加强艺术类高校和文化旅游企事业单位的合作创新,将讲台搬到社会上,结合现代文化产业特点,优化“订单式”培养模式,建立校企合作实训基地。

其次,增强产业融合的支持力度。打造有利于人才成长和发展的市场温床,设立专项基金或者奖励机制,吸引社会资本。从而使得人才队伍在内容创作、产品设计等方面能充分结合美育品格和文旅创新思维,在跨界中寻求新的生产创作力。

4 结论

影视美育与文化进景区的耦合是一个具有重要意义和巨大潜力的领域。它不仅为人们提供丰富的文化享受和旅游体验,还为城市注入了强大的文化传播力和产业创新力。当然,二者的耦合也面临着一些挑战,如发展目标冲突内容形式的多样性矛盾、动力和机制不足等。因此,我们需要在多个层面进行协调和平衡,明确双方的共同目标,并充分发挥各自的优势,加强影视美育与文化进景区之间的交流和合作,强化影视美育对中小学以及高校的服务水平,培养影视美育与文化进景区的人才队伍和专业团队,以实现双赢和共赢。

参考文献

- [1] 单红波. 公共图书馆与旅游融合的模式与路径研究[J]. 图书与情报, 2019(6)
 - [2] 郑海博. 基于游客视角的饮食类非物质文化遗产旅游品牌价值研究[D]. 西安: 陕西师范大学, 2020
- 作者简介: 1. 张捧(1986.10), 性别: 女, 民族: 汉族, 籍贯: 河北石家庄学历, 硕士研究生, 单位: 河北传媒学院影视艺术学院, 职称: 副教授。研究方向: 纪录片跨文化传播。
2. 李珂馨(1992.03), 性别: 女, 民族: 汉族, 籍贯: 河北邯郸, 学历: 硕士研究生, 单位: 河北传媒学院影视艺术学院, 职称: 讲师。
- 文章系2023年度河北省文化艺术科学规划和旅游研究重点课题项目《多元主体共建: 文化进景区路径与模式研究》研究成果。课题编号: HB23-ZD028。